



**You have downloaded a document from  
RE-BUŚ  
repository of the University of Silesia in Katowice**

**Title:** Dziennikarskie opowieści o własnych tekstach jako przejaw tożsamości

**Author:** Magdalena Ślawska

**Citation style:** Ślawska Magdalena. (2013). Dziennikarskie opowieści o własnych tekstach jako przejaw tożsamości. W: M. Kita, M. Ślawska (red.), "Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. T. 3, Tożsamość dziennikarza" (S. 103-113). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

## Rozdział siódmy

# Dziennikarskie opowieści o własnych tekstach jako przejaw tożsamości

Magdalena Ślawska

Wydział Nauk Społecznych  
Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa  
Zakład Dziennikarstwa

„Dziennikarstwo to dziwny zawód. Dziwny, ale i pasjonujący. W tym fachu wszystko jest potrzebne, każda umiejętność może się kiedyś do czegoś przydać, ale nic nie jest konieczne. [...] Dlatego trudno powiedzieć, jaka umiejętność albo jaka cecha decyduje o tym, że ktoś odnosi sukces w tym zawodzie. Niełatwo jest też określić, jakie cechy powinien mieć dziennikarz” (ZIOMECKI, SKOWROŃSKI, LIS 2002: 3). Definicja pojęcia *dziennikarz*, przedstawiona w *Słowniku terminologii medialnej* także nie wskazuje na wymagany zestaw cech. Dziennikarz bowiem to „osoba trudniąca się zawodowo gromadzeniem informacji i opinii jako danych do materiału prasowego, tworzeniem go lub redagowaniem. W Polsce wg prawa prasowego dziennikarzem jest osoba »zajmująca się redagowaniem, tworzeniem lub przygotowywaniem materiałów prasowych, pozostająca w stosunku pracy z redakcją lub zajmująca się taką działalnością na rzecz i z upoważnienia redakcji«. Do dziennikarzy zalicza się także osoby, które trudnią się dziennikarstwem w charakterze wolnych strzelców, nie będąc zatrudnionymi etatowo w żadnej redakcji z wyboru albo z powodu wieku emerytalnego lub trudności ze znalezieniem pracy” (PISAREK, red. 2006: 45)<sup>1</sup>.

Pytanie o tożsamość dziennikarzy to pytanie o to, czy jako grupa społeczna mają oni poczucie własnej odrębności, a jednocześnie wewnętrznej spójności. Trudność tego pytania tkwi już w samym pojęciu tożsamości. „Wieloznaczność pojęcia tożsamości, zarówno w jego kształcie odnoszącym

---

<sup>1</sup> Definicja w *Encyklopedii wiedzy o prasie* także to podkreśla: „dziennikarstwo jest zawodem otwartym” (MAŚLANKA, red., 1976: 72).

się do jednostki, jak i zbiorowości, zdaje się być stanem nie do przezwyciężenia. Przeciwnie nawet — narastająca lawinowo literatura z kręgu problematyki tożsamościowej w kulturze ostatnich kilkunastu lat utwierdza nas tylko w przekonaniu, że im więcej dyskusji na ten temat, tym mniej pewników, tym trudniej znaleźć prowizoryczne punkty orientacyjne, przyczółki myśli umożliwiające wstępne przynajmniej uporządkowanie chaosu i konkurencyjnych ujęć” (BURSZA 2004: 26). Bardzo często zadajemy pytanie o tożsamość jednostki czy danej grupy społecznej wówczas, kiedy intuicyjnie czujemy, że następuje jej kryzys lub widoczna zmiana. Współczesne media zachwiały poczuciem tożsamości dziennikarzy. Dziennikarz jako pracownik mediów jest trybikiem w maszynie olbrzymich instytucji nadawczych. „Pisze się wprawdzie o technologiach i technikach, strukturach organizacyjnych i ładzie ekonomiczno-prawnym instytucji medialnych, jednak rzadko odzywają się głosy opisujące sytuację ludzi, którzy jak dotąd — nadają zasadniczy sens istnieniu tych instytucji: dziennikarzy” (BAUER 2009: 94).

Jednocześnie trzeba zaakcentować zróżnicowanie tej grupy społecznej. Stanisław MICHALCZYK pisze: „pojęcie *dziennikarz* jest w istocie pojęciem nieostrym, heterogenicznym, co wynika właśnie z jego wewnętrznego zróżnicowania i skomplikowanych cech każdej z ról i każdego stanowiska” (2008: 114). Warto podkreślić, że w dobie nowych technologii dziennikarzem może zostać każdy. Coraz częściej odbiorcy występują w roli nadawców, chociażby kreując dziennikarstwo obywatelskie.

Odpowiedzi na pytanie o dziennikarską tożsamość poszukam w specyficznych opowieściach dziennikarzy o ich własnych tekstach. Będą to wypowiedzi osób nagrodzonych bądź nominowanych w konkursie Grand Press w latach 2003—2012. Z całej grupy dziennikarzy wybrałam zatem takie jednostki, które zostały docenione przez własne środowisko za stworzone teksty medialne.

Grand Press to prestiżowy konkurs dziennikarski organizowany od 1997 roku przez miesięcznik „Press”. Od pierwszej edycji konkursu głosami kolegów redakcyjnych wybierany jest Dziennikarz Roku. Natomiast od 1999 roku nagradzani są również autorzy najlepszych materiałów prasowych, radiowych i telewizyjnych z danego roku. W jury konkursu zasiadają wybitni przedstawiciele polskich wydawnictw prasowych, stacji telewizyjnych i radiowych. Kryteria, którymi jury się kieruje, przyznając nominację oraz nagrodę, to „wybitne walory warsztatowe, znaczenie materiału dla opinii publicznej, ciekawy, indywidualny charakter materiału oraz zachowanie standardów etycznych dziennikarstwa”<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Por. <http://www.grandpress.press.pl/167,0,grand-press.html> [data dostępu: 10.11.2012].

Nagrodzone i nominowane materiały są publikowane w wydawanej corocznie *Grand Press. Dziennikarskie Hity*<sup>3</sup>. W ostatnich latach teksty te zostały wzbogacone o autorski komentarz na ich temat. Te same wypowiedzi dziennikarzy pojawiają się w miesięczniku „Press”<sup>4</sup>, w którym przedstawiana jest relacja z przyznanych nagród w konkursie Grand Press.

Właśnie te autokomentarze poddam analizie. Gatunkowo trudno je scharakteryzować, choć genologicznie najbliższe jest im do metatekstu. Stanowi on bowiem komentarz, instrukcję tekstu (por. WIERZBICKA 1971; DOBRZYŃSKA 1993; WITOSZ 2001). Metatekst spaja tekst, często odsłania zasady jego organizacji, zapowiada temat. Jednocześnie te opowieści o nagrodzonych czy nominowanych tekstach powstają już po ich napisaniu i są zupełnie odrębnymi, samodzielными wypowiedziami. Zatem nie można ich uznawać za metateksty, które stanowią całość z korpusem tekstu. Iwona Loewe wskazuje, że „metatekst musi spełniać warunek przystawalności przestrzennej lub czasowej (w wypadku komunikatów wygłaszanych), czyli metatekstem jest to, czego od korpusu oderwać się nie da, bo stanowi z nim całość” (LOEWE 2007: 76). Nie można ich określić również jako parateksty, choć uznaje, że skoro prezentują wypowiedzi nagrodzone, są to „teksty towarzyszące wytworom kultury w celu powiadomienia o nich i ich rekomendacji” (LOEWE 2007: 81). Jednocześnie te komentarze nie spełniają podstawowych zasad paratekstów: nie są one uprzednie wobec lektury tekstu głównego i mają tego samego autora<sup>5</sup> — wyróżnionego dziennikarza, który pisze o swoim tekście. Dlatego nie przyjmuję dla nich genologicznej terminologii.

<sup>3</sup> Każda edycja zawiera teksty nominowane lub nagrodzone w konkursie rozstrzygniętym w roku poprzedzającym rok jej wydania. W dalszej części pracy dokonano analizy następujących tekstów: Jacek Hugo-Bader, *Chłopcy z motylkami*, 2004; Angelika Kuźniak, *Zabijali we mnie Heidi*, 2009; Edyta Gietka, *Ćwiczenia z fizyki*, 2009; P. Głuchowski, M. Kowalski, *Ukochany syn Wielkiego Wodza*, 2010; Joanna Sokolińska, *Sfrustrowane panie domu*, 2010; Wojciech Cieśla, *Jak zarabia Transparency International?* 2010; Angelika Kuźniak, *Przeżyłam śmierć*, 2010; Magdalena Grzebałkowska, *Kocham Cię. Zabijmy męża*, 2010; Wojciech Staszewski, *Poproś 12 razy*, 2010; Anna Szulc, *Falszeryz od Aniołów*, 2011; Grzegorz Sroczynski, *Z widokiem na Twoje ucho*, 2011; Rafał Kalukin, *Nie należysz do siebie*, 2011. Cytaty z tych tekstów opatruję tytułem.

<sup>4</sup> W niniejszej pracy analizie poddano następujące teksty: Włodzimierz Nowak, *Mój warszawski szat*, styczeń 2005; Joanna Wojciechowska, *500 euro za ciało, które zje kilogram*, styczeń 2007; Edyta Gietka, *Mały szuka nieba*, styczeń 2008; Iza Michalewicz, *Jolanta i ogień*, styczeń 2012; Tomasz Patora, *Afera solna*, styczeń 2013; Adrian Chimiak i Magdalena Szybińska, *Lech, Czech i... Rus. Czechosłowacja '68*, styczeń 2013; Anna Wacławik-Orpik, *Seks jest czymś więcej*, styczeń 2013. Cytaty z nich pochodzące opatruję tytułem.

<sup>5</sup> Por.: „[...] autor paratekstu jest różny od autora korpusu [...], parateksty sterują procesem odbioru przed lekturą/ wysłuchaniem, są uprzednie wobec lektury korpusu (realna prezentacja i eskorta tekstu)” (LOEWE 2007: 78).

Jednocześnie uznaję, że autokomentarze można traktować jako swoistą procedurę interpretacyjną, która oprócz opowieści o tekście daje opowieść o jego autorze. Opowieść o tekście staje się swego rodzaju „instrukcją obsługi” tekstu i jego autora.

Analizowane teksty można zaliczyć do publikacji dotyczących dziennikarskiego warsztatu. „Pisanie o praktycznym dziennikarstwie ma sens. To jeden z najlepszych sposobów, by poznać warsztat tego zawodu. Nie da się go nauczyć wyłącznie na uczelni, natomiast czytając i podpatrując najlepszych praktyków — owszem” — wskazuje Andrzej Skworz (SKWORZ, NIZIOŁEK, red. 2010: 13). Wymienione wypowiedzi są komentarzami do tekstów ich autorów, głosami dotyczącymi pracy dziennikarza.

Bliskie jest mi spojrzenie na dziennikarzy i ich odbiorców w kontekście interakcjonizmu. Zakładam, że uczestnicy tej komunikacji wpisują się w model komunikowania: kodowanie i dekodowanie przekazu<sup>6</sup>. Nadawca komunikatu generuje pewne treści, kodując je w określonych gatunkach, ramach tekstu. Natomiast odbiorca interpretuje, odczytuje ukryte intencje. Każdy odbiorca (w mediach mówimy o masowym odbiorze przekazu) może w sposób indywidualny zdekodować komunikat, w zależności od jego świadomości czytelniczej.

Autokomentarze dziennikarzy można traktować jako próbę ułatwienia zdekodowania komunikatu medialnego. Są wskazówką do tekstu.

Za Stanisławem Michalczykiem, który podkreśla, że dziennikarstwo można analizować w trzech płaszczyznach: mikropłaszczyźnie, mezopłaszczyźnie i makropłaszczyźnie, wybrałam mikropłaszczyznę jako podstawę działań badawczych. Dotyczy ona dziennikarstwa jako działania indywidualnego. Przyjmując tę perspektywę, w medioznawstwie istotna będzie dla nas głównie jednostka (MICHALCZYK 2008: 119–122). Spojrzenie na dziennikarzy przez pryzmat ich wypowiedzi o tekstach będzie jedynie fragmentem obrazu tej specyficznej grupy społecznej.

Dziennikarskie autoopowieści dołączano w wydanej w danym roku książce do nagrodzonego bądź nominowanego tekstu, umieszczając je pod sylwetkami autorów tekstów i sygnowano tytułem: *Od autora/od autorki*. Natomiast w miesięczniku występowały jako osobny tekst złożony z mozaiki wielu komentarzy o wspólnym tytule *Zdobywcy Grand Press/Nagrody Grand Press*. Te autokomentarze to często wypowiedzi parodzaniove.

Autorzy najczęściej zdradzali, skąd wziął się pomysł na ich tekst, skąd czerpali inspirację. To było główną tematyką tych wypowiedzi. Oto przykłady:

---

<sup>6</sup> Por. GOBAN-KLAS 2005: 69–70.

Na pomysł napisania reportażu o synu Wielkiego Wodza, a zatem i bracie obecnego dyktatora, wpadliśmy, dowiedziawszy się, że tak ważna w panującej rodzinie Kimów osobowość pełni funkcję skromnego ambasadora w Warszawie.

*Ukochany syn Wielkiego Wodza*

Pomysł na reportaż o sfrustrowanych pracujących mamach powstał w wyniku obserwacji towarzyskich.

*Sfrustrowane panie domu*

Znalazłam krótki opis historii w lokalnej prasie.

*Falszerz od Aniołów*

Czasami pojawiała się chłodna relacja, jak w przypadku informacji wyszukanej w prasie, ale można odnaleźć także dłuższe opisy, dotyczące tego, co autora natchnęło do napisania tekstu. Przykładowo:

Jako licealistka mijałam w Hrubieszowie, moim rodzinnym mieście, małego mężczyznę. Szedł rano do zakładu, w którym naprawiał telewizory, walcząc z krawężnikami jakby w podskokach. Nosił skórzaną kurtkę w stylu rockowym. Zastanawiałam się, czy w domu czeka na niego taka sama kobieta? Chyba nie, bo nigdy nie widziałam w Hrubieszowie małej idącej rano do pracy.

*Mały szuka nieba*

W strukturze komentarzy pojawiają się czasami ślady pytań dotyczących pomysłu na tekst. Można przypuszczać, że teksty powstawały jako odpowiedź na odredakcyjne pytania.

**Skąd pomysł na tekst o romansie Osieckiej i Przybory?** [wszystkie wyróżnienia moje — M.Ś.] Po prostu zostały po nim fantastyczne listy (wysły w formie książki „Listy na wyczerpanym papierze”).

*Z widokiem na Twoje ucho*

**Dlaczego napisałem o Transparency International?** Bo chciałem wiedzieć, czym zajmuje się polska filia międzynarodowej organizacji. Zdobycie okruszków informacji na jej temat graniczyło z cudem.

*Jak zarabia Transparency International?*

Możliwe, że w większości tych tekstów skupiono się na pomysle, inspiracji, ponieważ takie było główne pytanie skierowane do ich twórców i to ono wypowiedzi nadało pewną formę — opowiadania o dochodzeniu do tematu.

W wielu wypowiedziach pojawia się bohater tekstu jako jego główna siła sprawcza. Jest to najczęściej widoczne w reportażu i wywiadzie. Zdecydowanie dziennikarstwo śledcze czy kategoria news obowiązywała autorów

do podkreślenia, jak dotarli do omawianych zagadnień, wydarzeń czy nieprawidłowości.

Teksty, których inspiracją był bohater, wyglądały następująco:

Zaintrygował mnie bohater, który tak chętnie współpracował z policją i tak szczerze wyrażał skruchę. Okazało się, że intuicja mnie nie zawiodła. Falszerz okazał się niezwykle człowiekiem, pełnym pasji i wrażliwości. I szczęśliwym, że może odpokutować swoją winę.

*Falszerz od Aniołów*

Jolantę Brzeską, bohaterkę materiału, poznałam dwa lata wcześniej z inicjatywy jej córki. Już wtedy starałam się zainteresować jej historią kilka redakcji. [...] Wróciłam do sprawy nie dlatego, że w Lesie Kabackim znaleziono spalone zwłoki Jolanty Brzeskiej, lecz dlatego, że chciałam ją zrobić.

*Jolanta i ogień*

Poznałam Grzeška kilka lat temu. Pisałam wtedy o ludziach, którzy wiedzą, że nie pożyją długo. [...] Minęły trzy lata, często myślałam o Grzešku, ale bałam się zadzwonić. [...]

Latem wpadłam na stronę internetową Grzegorza Łojewskiego, na której instruuje innych chorych na zanik mięśni, jak urządzeniem skonstruowanym domowym sposobem wydłużyć życie.

Zadzwoniłam.

*Ćwiczenia z fizyki*

Przytoczone fragmenty podkreślają wyjątkowość bohaterów, a także to, że są oni osią kompozycyjną tekstów. Tu uwidacznia się to, co często jest ukryte w nagrodzonych tekstach, a mianowicie jak autorzy dotarli do tych wyjątkowych postaci, jak je poznali.

W części komentarzy do tekstów autorzy zdradzają także swój warsztat. Oto przykłady:

Rozmowy były kilkugodzinne, często przerywane łzami, wściekłością, zniecierpliwieniem, żalem. Czasem milczeniem. Nauczyłam się czekać. Sześć miesięcy trwała dokumentacja. Przekopywanie się przez akta Stasi (kilkaset stron), tajne dyrektywy, wyniki badań. Konsultacje z naukowcami, lekarzami. Pisanie — kilkanaście dni.

*Zabijali we mnie Heidi*

Temat dojrzewał kilka lat, a nagrania trwały dziesięć miesięcy. Najpierw nagrane zostały rozmowy z polskimi wojskowymi biorącymi udział w interwencji.

*Lech, Czech i... Rus. Czechosłowacja '68*

Autorzy podkreślają w nich wagę zdobytej i opracowanej dokumentacji, przygotowania do pisania. Niewątpliwie siłą wielu tekstów są rozmowy

z bohaterami i umiejętność dotarcia do nich. To podkreślają poniższe fragmenty:

Wtedy dostrzegłam w tej sprawie temat na reportaż. Wiedziałam, że to, co wyczytałam w aktach na temat przemytu, to zbyt mało, potrzebowałam rozmów z tymi ludźmi, chciałam wejść do ich domów, zobaczyć ich żony i dzieci. [...] Kilku zaufało mi tak dalece, że po paru spotkaniach zaczęli opowiadać, jak wygląda połykanie kokainy, przemycanie jej i oddawanie bossom.

*500 euro za ciało, które zje kilogram*

Porzuciłam wszystkie taktyki i techniki i po prostu zaczęłyśmy rozmawiać. Joanna Sałyga okazała się osobą odważną, z ogromną klasą.

*Seks jest czymś więcej*

Autorki podkreślają znaczenie rozmowy, kontaktu z drugim człowiekiem, a także tego, iż czasem taktyki i techniki przeprowadzania wywiadu w konkretnych sytuacjach się nie sprawdzają. Liczy się autorska wrażliwość. Brendan HENNESSY podkreśla, charakteryzując cechy dziennikarza, że: „trzeba mieć nieco talentu, wiele umiejętności jednak można stopniowo doskonalić. Konieczne cechy to zawziętość, ciekawość i pragnienie komunikowania się z ludźmi” (2009: 3).

Zdecydowanie rzadziej pojawiają się fragmenty dotyczące konstrukcji tekstu:

Nad tekstem pracowałem w czerwcu, a ukazał się we wrześniu [...]. Początkowo [...] napisałem tekst zupełnie inaczej, zakamuflowałem swoją rolę w akcji. Bohaterem był jakiś ojciec z mojego osiedla, który opowiada mi tę historię. Ale we wrześniu uznałem, że mogę zaryzykować i przekonstruować reportaż w ten sposób, że to ja, Jacek Hugo-Bader, dziennikarz „GW”, namierzam tych łobuzów.

*Chłopcy z motylkami*

Postanowiliśmy zaryzykować i nie tłumaczyć z języka czeskiego i rosyjskiego. Dzięki temu materiał zyskał na dynamice i zachowano klimat tamtych dni.

*Lech, Czech i... Rus. Czechosłowacja '68*

Te fragmenty zdradzają dziennikarską świadomość tekstu, wiedzę o tym, jak ważna jest jego konstrukcja. Czasami autorzy też wskazują na ważne miejsca w tekście:

Jeden z moich bohaterów powiedział, że nie lubi miasta. Bo w dżungli bloków nie widać nawet nieba. Nigdy wcześniej nie myślałam o tym, że człowiek, którego mijałam w Hrubieszowie, nawet niebo widział inaczej niż ja. **Stąd ten tytuł.**

*Mały szuka nieba*



Pojechałam do Berlina z Anią Bedyńską, świetną fotoreporterką. Herta Müller zgodziła się na zdjęcia, ale uprzedziła, że nie lubi być fotografowana. [...] W przeprowadzeniu rozmowy pomogło to uderzenie flesza na początku. Duże podziękowania dla Ani. **Od tego zdarzenia tekst się zaczyna, czyli „Pozwoliła pani zrobić sobie tylko dwa zdjęcia”.**

*Przećwiczyłam śmierć*

Omówienie w autorskich komentarzach strategicznych miejsc w tekście, takich jak tytuł, wprowadzenie, świadczy o tym, że autorzy znają wagę tych elementów.

Ale najciekawsza wydaje się być próba charakteryzowania dziennikarza. Autorzy często mają poczucie misji i wagi pisanych tekstów. To zawód, który pozwala zmieniać rzeczywistość. Oto przykłady fragmentów:

Od tamtej pory nie ma tygodnia, żebym nie dostała listu od zrozpaczonej matki, która musi zapłacić półtora tysiąca złotych, bo jej dziecko ściągnęło jakąś durną grę z Internetu. A to oznacza, że niestety, całkiem nie wyrwałam chwasta. **Trzeba pisać dalej.**

*Kocham Cię. Zabijmy męża*

Nie doczekaliśmy się reakcji władz. **Cóż, mogę tylko zrobić o tym kolejny materiał. I tak będzie.**

*Afera solna*

Dziennikarze starają się skoncentrować na tematach, które uznali za społecznie ważne. A pisanie o nich uważają za swoistą misję. „Społeczna rola dziennikarstwa w informowaniu obywateli i wpływ dziennikarstwa na ludzkie życie oznacza, że dziennikarze są etycznie odpowiedzialni za to, aby zaangażować się w proces krytycznej refleksji dotyczącej ich praktyki” — podkreśla autor Tony Harcup (2010: 236).

W autoopowieściach pojawia się także czytelnik. Ciekawym przykładem jest kolejny fragment:

Zawsze, kiedy kończę duży reportaż, jestem tak znużony, że nie wiem, co napisałem. Złe, ważne, ciekawe, nudne? Czekam na opinie pierwszych czytelników: redaktorów. Zadzwonili szybko. Pierwszy, że czyta po kawałku, bo nie wytrzymuje tylu strasznych scen. Drugi, że zamknął się w redakcyjnym pokoiku, bo wstydzi się łez.

*Mój warszawski szat*

Przytoczony przykład pokazuje, że autorzy często nie potrafią skonfrontować się z własnym tekstem, ocenić go. Czekają więc na opinie pierwszych odbiorców. W innym autokomentarzu autorka zdradza reakcję bohaterów tekstu:

Trochę zaskoczyła mnie reakcja małych na ten reportaż. Niektórzy protestowali, że zrobiłam z nich dziwołagów, podczas gdy duzi, porównując się z małymi, mówili, że u dużych jest tak samo [...].

*Mały szuka nieba*

Dziennikarze mają świadomość interakcyjności prasy, tego, że oni wypowiedź kodują, ale przestrzeń medialna ma swojego odbiorcę, który powinien zdekonstruować tekst dziennikarski. W następnym fragmencie autor zachęca do przeczytania tekstu głównego, komentarz jest jednocześnie jego reklamą:

Zaciekawilem się nim trochę dla prywaty, żeby napisać ciekawy tekst. Wyszło coś dla dobra publicznego — tydzień po naszej nominacji Robert Kawałko zadzwonił do mnie, że zgłaszają się do niego kandydaci na wolontariuszy. **Dlaczego? Przeczytajcie.**

*Poproś 12 razy*

W autoopowieściach znajdziemy także próbę charakteryzowania własnego zawodu:

Przez chwilę chciałem nawet zdać się na Camusa. Przywołać obszerne fragmenty jego powieści sprzed pół wieku i uzupełnić własnym materiałem. [...] Po namyśle zwalczyłem tę pokusę. **Reporter powinien odklejać fikcję od rzeczywistości, a nie zacierać różnice.**

*Nie należysz do siebie*

Materiał pokazywał różne punkty widzenia [...]. Jednak jak mówi Mariusz Szczygieł, **dziennikarstwo nie jest zawodem usługowym, tylko służebnym. I ja z tego założenia wychodzę.**

*Jolanta i ogień*

Dziennikarskie komentarze przede wszystkim mówiły o inspiracjach dotyczących podjęcia danego tematu, a także o bohaterach tekstu, czasem zdradzały warsztat autora. Zdecydowanie rzadziej pokazywały kwestie konstrukcji czy tłumaczyły miejsca strategiczne tekstu.

Jednocześnie obraz tych dziennikarskich praktyk tekstowych stanowi odbicie przemian mediów i kultury. Dziś dla odbiorcy tekstu najciekawsze jest to, co zakulisowe, ukryte za tekstem, za przekazem. Autokomentarze dziennikarzy o ważnych elementach swojej pracy odkrywają to, co czytelników interesuje najbardziej. Czytelnik przyzwyczajony, że zagląda za kuliszy oficjalnych wydarzeń, poznaje życie prywatne osób publicznych, chce także wiedzieć, jak pracuje dziennikarz. Jednocześnie w swoich autokomentarzach autorzy nie dają lekcji jedynie dziennikarskiego szlif, chętnie „uchylają drzwi” do zmagania ze swoim warsztatem.

Te opowieści składają się na tożsamość dziennikarza, tożsamość silnie zespoloną z odbiorcą jego tekstów. Bo jak wskazuje badacz, „tożsamość nie jest [...] czymś »danym«, lecz nadawanym w aktach społecznego rozpoznania — stajemy się tacy, za jakich uznają nas inni” (BURSZTA 2004: 27). Dziennikarz przekazuje odbiorcom swój stosunek do informacji, wpływa na postawy czytelników, na ich ocenę rzeczywistości, a czytelnik zaś wpływa na autora. Większość czytelników o tym nie wie, nie zdaje sobie z tego sprawy. Są oni przekonani, że dziennikarz żyje w swoim świecie, w którym najważniejsza jest redakcja i komputer. A jeśli zależy mu na czyjejś opinii, to tylko redaktora naczelnego. To jednak nieprawdziwe myślenie o dziennikarzu. Dziś jest on skupiony na odbiorcy, ma poczucie społecznej odpowiedzialności. Teresa SASIŃSKA-KLAS podkreśla, że „dziennikarze w swej pracy zawodowej spełniają i kształtują społeczne oczekiwania, są ustawicznie zorientowani na potencjalnych odbiorców, którym pragną przekazać zdobyte informacje” (2008: 474).

Za wykonywanie tak odpowiedzialnego zawodu płaci się wysoką cenę. „Kiedy zapyta się dziennikarzy, co sądzą o swoim zawodzie, większość zaczyna narzekać na nieludzkie godziny pracy, ponadprzeciętny stres, harówkę związaną z dotrzymywaniem terminów, czas stracony na bezproduktywnych rozmowach telefonicznych, rozpad życia rodzinnego i brak normalnego domu. Kiedy jednak biadolenie się kończy i pyta się ich, czy jest w takim razie coś innego, co woleliby robić, najprawdopodobniej wzruszą ramionami, uśmiechną się i powiedzą: Nie” (BOYD 2006: 3).

Autoopowieści dziennikarzy nagrodzonych czy nominowanych do najważniejszej nagrody w swoim środowisku przedstawiają pewien wycinek tej zbiorowości, ukazujący dzisiejsze myślenie o tożsamości jako czymś niedookreślonym.

## Literatura

- BAUER Z., 2009: *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia — teoria — praktyka*. Kraków.
- BURSZTA W. J., 2004: *Tożsamość narracyjna w dobie ekranu*. W: BOLECKI W., NYCZ R., red.: *Narracja i tożsamość. Narracje w kulturze*. T. 1. Warszawa.
- BOYD A., 2006: *Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych*. Tłum. A. SADZA. Kraków.
- DOBRYŃSKA T., 1993: *Tekst. Próba syntezy*. Warszawa.
- GOBAN-KLAS T., 2005: *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa.
- HARCUP T., 2010: *Dziennikarstwo — teoria i praktyka*. Tłum. E. RODZEŃ-LEŚNIKOWSKA, D. LEŚNIKOWSKI. Łódź.
- HENNESSY B., 2009: *Dziennikarstwo publicystyczne*. Tłum. A. SADZA. Kraków.

- LOEWE I., 2007: *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*. Katowice.
- MAŚLANKA J., red., 1976: *Encyklopedia wiedzy o prasie*. Wrocław.
- MICHAŁCZYK S., 2008: *Społeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*. Katowice.
- PISAREK W., red., 2006: *Słownik terminologii medialnej*. Kraków.
- SASIŃSKA-KLAS T., 2008: *Dziennikarstwo — zawód czy wyzwanie?* Kraków.
- SKWORZ A., NIZIOŁEK A., red., 2010: *Biblia dziennikarstwa*. Kraków.
- WIERZBICKA A., 1971: *Metatekst w tekście*. W: MAYENOWA M.R., red.: *O spójności tekstu*. Wrocław.
- WITOSZ B., 2001: *Metatekst — w opisie teoritextowym, stylistycznym i pragmatycznym*. W: WITOSZ B., red.: *Stylistyka a pragmatyka*. Katowice.
- ZIOMECKI M., SKOWROŃSKI K., LIS T., 2002: *ABC dziennikarstwa. Wskazówki i porady nie tylko dla początkujących*. Warszawa.

Magdalena Ślawska

## **Journalist stores about their own texts as a manifestation of identity**

### **Summary**

The article is an attempt at analyzing specific journalist opinions. These are author's comments concerning texts that were rewarded or nominated in the Grand Press competition. These self-stories about texts allow for entering into the issues of the journalist identity. One can find there the phenomena concerning the way of understanding their own profession, the sense of mission, and awareness of the journalist workshop. At the same time, the majority of texts gives away the secrets of working on the text as well as circumstances of its creation. It underlines the attractiveness of work where one of the most important elements of the media communication is the audience. The journalist, even in stores about his/her work is inscribed in the circle of culture and media changes.

Key words: journalist identity, journalist self-stories

Magdalena Ślawska

## **Die Erzählungen der Journalisten von ihren eigenen Texten als ein Identitätsanzeichen**

### **Zusammenfassung**

In ihrem Artikel bemüht sich die Verfasserin, charakteristische Aussagen der Journalisten zu untersuchen. Es sind Kommentare der Autoren zu ihren preisgekrönten oder im Wettbewerb „Grand Press“ nominierten Texten. Diese Selbsterzählungen lassen, in die Identität des Journalisten eindringen und von seinen Überlegungen erfahren. Die Autoren sprechen vom Kern seines Berufes, vom Missionsgefühl, vom Bewusstsein der journalisti-

schen Werkstatt, sie verraten aber auch auf welche Weise und unter welchen Umständen sie an einem Text arbeiteten. Die Erzählungen beweisen die Interaktivität der Presse, die den Leser für einen der wichtigsten Elemente der medialen Kommunikation halten. Mit den Erzählungen von seiner Arbeit passt sich der Journalist auch in den Kultur — und Medienwandel hinein.

Schlüsselwörter: Identität des Journalisten, journalistische Selbsterzählungen